

## 2. 女人與外表

### 女性的化妝策略

一個女人化粧或不化粧究竟意味著什麼？

在西方工商社會中，女性化粧是件稀鬆平常的事，從職業婦女到女學生到家庭主婦，都視化粧為日常生活的一部分，而且化粧是母女之間共同的遺產，女孩一到十二歲左右，便由母親領著去購買自己能用得著的化粧品，並由母親或美容師教導如何打扮自己。

但是在台灣，社會文化不同，一般人對女性化粧的看法傾向兩極化：真正的好女人不必粧扮自己，內在美會自動顯現於外，刻意打扮自己的女人則被視為不誠懇、不正經、或風騷。近年來，職業女性增多，化粧與否的問題也開始複雜化，有許多人宣稱，女人化粧就和男人刮鬍子一樣，是一種禮貌，一種專業化精神的外在表現，並不牽涉到價值判斷。

一般女性主義者對化粧的看法是：化粧是女性的物化，它企圖使女性向商品化的趨勢低頭，

以打扮自己，成為男人凝視的目標 (Object of male gaze and male desire)，因此更加深女性的壓迫。

這個說法固然有其道理，但是這個單一的觀點也掩蓋了另一個重要的事實：化粧不一定是順從父權意理，不化粧也不一定是對抗父權意理。

首先，在西方社會的例子中，我們比較清楚地看見，商品化和女性物化之間的密切關係，但是在台灣社會中，這個密切關係卻有變數。說得明白點，在台灣這麼一個還「崇拜處女」的環境裡，不但化粧的女性會變成男性覬覦的目標（「她看來很好上手，而且不必負責」），就連不化粧的女性也正配合了男性的價值觀（「這種清純的女性才是做太太的好材料」）；換句話說，有沒有商品化都可能造成女性物化，而且有許多女人刻意保持清純形象，正是為了與另外一些女人有別，才好投某些男人之所好。在這種狀況之下，即使不化粧也未必是向父權挑戰。

另外，有些女性主義者，以清教徒式的嚴謹道德觀來對抗父權，而這種嚴謹的起碼表現便是「素白的臉」，可是，和素白的臉相連的卻還有禁慾、刻板、不苟言笑等等拒斥性的態度及行為；問題是：這種嚴謹的道德觀恰恰為父權意理服務，不但控制了女人對自己身體和性的主權，更以此來衡量女性在婚姻價碼上的高低；嚴謹道德觀的中產特性更抹煞了女性團體中因階段、年齡、職業、喜好而來的差異性。從這個角度來看，「素白的臉」所預設的價值觀不但沒有抗拒父權意理，

反而壓抑了女性。

女性化粧的例子，讓我們看見，抽象原則式的、單一價值觀的策略，不一定能在此複雜的、常常具有各種矛盾性的環境中達成預期效果，唯有落實在具體的抗爭對象及場合中，才能設定此時此地最有效的女性策略。

## 用吸煙來打扮自己的女人

有人說，女性在追求自我意識和獨立時，會不自覺地模仿一些社會化了的男性行為，因此亞洲婦運逐漸普及，帶動了女性吸煙人口的成長；言下之意，這還是婦運的另一負面影響。對這種說法，我們值得再考量。

女性吸煙人口固然成長，但我們還得問：是哪些人在吸煙？

董事基金會的調查取樣是速食店的少女人口族，這不是個任意的決定，相反的，它顯示出研究者也注意到抽煙的女性人口有其特殊性：她們比較年輕，多半有某一程度的教育水準，西化比較深，也有較高的消費金額。要是年紀再大一些的抽煙女性，又以職業的、單身的女性為最主要的吸煙族。此外，最重要的是，她們絕大多數抽的是洋煙。

有些女性受訪時說覺得抽煙很帥、很自在、很有個性、很美，這當然是拜媒體廣告中的形象

所賜，美國煙商在本土滯銷的危機中，利用具有婦女解放運動意識形態之香煙廣告來亞洲開發市場，這是人所周知的。

問題是：亞洲這些新近增加的女性吸煙人口，是因為渴望解放，渴望和男性一般獨立自主而加入香煙消費族群的嗎？

由女性吸煙人口的特質及亞洲婦女運動的牛步來看，這些吸煙的女性們實際上所達成的效果並非想與男人齊頭並進，而是以吸煙來顯示自身和其他那些（未解放的、飲食消費習慣落伍的、沒有獨立經濟基礎的、教育水準稍差的、趕不上西方時尚的）女性有別。換句話說，許多女性吸煙不是要和男性一樣，而是要和別的女性不一樣。

是婦運造成女性吸煙嗎？個中的因果關聯恐怕沒那麼簡單。洋煙的傾銷手段固然要負責任，但某些女性以此作為另一區別等級的象徵或打扮也是有關係的。

## 女人服裝的語言

就表面來看，服裝是一套語言，人可以透過服裝的語言，向他人表達自己的身份、個性、心情、品味等等。可是，進一步的考察顯示，服裝的表達功能只是表相，事實上，服裝的語言及其含意實際地塑造了穿服裝（及看服裝）的人，特別是女人。

為什麼女人特別受到這個意義系統的影響呢？我們可以由一個例子來觀察：一個男人即使穿得不合規範，社會還會再給他機會，透過他的言行，他還有可能改變別人對他的看法；但是，如果一個女人的穿著逾越社會規範（如許曉丹），那麼，別人對她的印象及評價會立刻確立，對她的言行也會很自然地以有色眼光來評價。

服裝又如何塑造女人呢？我們可以在此初步的來思考這個問題。在成為一個社會動物的同時，女人也進入了由顏色、式樣、尺寸構成的服裝系統，那是一個先於她存在的、充滿象徵及意義的界。

在服裝世界的文法中沒有假設語句，沒有祈使語句，甚至沒有問句，有的只是事實的直述句：「套裝是今秋最佳的選擇」、「黃綠色系的衣裙為好動的妳添上幾分嫵媚」、「配件是成功的衣著不可或缺焦點」……等。這些直陳的詞句配著氣質過人的模特兒相片，權威地向女人宣佈她的世界「就是」這樣的，而在這種看來自然天成、不容置疑的陳述中，女人的意識被塑造出來了，她很自然地同意「紅配綠、狗臭屁」的真理。

即使在服裝流行改變之際，服裝世界的語言仍是肯定的，充滿自信的，它的敘述總是現在式的，總是表達已確立的事實的：「今年的女裝傾向中性……」，巧妙的是，女讀者走在街上，看見店中陳設的服飾居然也就是報紙雜誌中描述的，再度肯定了服裝世界的權威可靠。

而在媒體中突顯流行的模特兒們，也總是那麼自信的、自足的、自戀的散發出一種忘記一切的氣質，她們無論穿上什麼式樣，都是肯定的、絕對的，不承認有其他可能的，她們的自得也告訴觀眾：「只有我現在穿著的衣服才是真理，我是永恆的現在。」

透過各種情報網，女人終於相信了服裝世界的意義系統是唯一的道路（至於是誰決定了今年要流行皮裙，那可不重要了），於是她也穿上了今年的服飾，而在她的意識中，她也感受到了「飄逸」、「柔雅」、「帥氣」……等等令人滿足的情緒。

服裝世界的語言塑造了女人的意識和感受，服裝本身則左右了女人的身體。於是穿了短裙的女人坐下時，總是很謹慎地左扯右拉，撿東西時，總是僵直的蹲下而不敢彎腰，流行同時穿兩件相互套襯的T恤的夏天，總有許多女人忍著一身的痠子追求帥氣。衣服成了訓練女人行動紀律的最直接途徑，塑造了女人的身體（我們都看得見母親輩們穿尖頭高跟鞋，甚至裹小心的後果），也框架了她們的空間感。

對於服裝加給女人的各種意識和身體的限制及塑造，女人不是沒有反抗的。女同性戀們的衣著信號，龐克的、嬉皮的、中性的服飾，在在都是女人們抵禦這些壓力的方式；可惜的是，有時候這些文化的型式，會被龐大的商品生產系統吸收成為另一種流行，而抵消其反抗的力量，而且，由於這些反抗往往是個別的行爲，再加上我們的社會鼓勵女性彼此競爭，搶奪男人的歡心，

故而使這些反抗力量無法凝聚，反而遭受到其他女人的排斥和批評。

固然這些反抗的型式也是對女人意識和身體的另一些塑造，但是至少它們要求的是個多元的、包容的、異質的服裝世界，它們給女性提供的是更多的可能。